



PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF MELALUI USAHA INDUSTRI KERIPIK TALAS DENGAN VARIAN RASA DI DESA SUMBER PINANG KECAMATAN MLANDINGAN

Oleh

Dyan Yuliana¹, Arico Ayani Suparto², Nur Azizah³, Agusti⁴

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, STKIP PGRI Situbondo

⁴Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Situbondo

E-mail: ¹pitikpitik23@gmail.com

Article History:

Received: 01-11-2021

Revised: 16-12-2021

Accepted: 28-12-2021

Keywords:

Creative Economy, Taro
Chips, Flavor Variants

Abstract: *The Indonesian government is actively encouraging the creative industry to become an agent of development in improving the country's economy. The creative industry plays an important role in the economy of a country. The main resource of the creative industry is the utilization of individual creativity, skills and talents to create prosperity and employment by generating and exploiting the creative power and creativity of the individual. This service activity aims to help the creative economy community group in Sumber Pinang Village in processing taro into taro chips with original flavors, balado, and sweet corn which are healthy and delicious to eat. The three flavor variants have a distinctive and spicy taste and are very popular for the people of Situbondo, especially in the Mlandingan District. Processing of taro chips with flavor variants has so far never been produced around Sumber Pinang Village, Mlandingan District. The method of implementing this activity is through socialization or counseling, training, product demonstrations, and mentoring, so that the creative economy group in Sumber Pinang Village is able to produce processed taro chips products with flavor variants according to SNI standards. In addition, with this taro chip business, Sumber Pinang Village can have a commercial business scale with high competitiveness and provide high added value for taro processing and increase the income of the local community. The result of this activity is the development of taro chips business with original flavor variants, balado, and sweet corn through business management that is able to improve product quality, quantity, and continuity so as to increase the income of the creative economy group in Sumber Pinang Village. The expected outcome is*



the development of business management into independent SMEs and for the STKIP PGRI Situbondo Service Team to publish this service in national-scale scientific journals

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia tengah gencar mendorong industri kreatif menjadi *agent of development* dalam meningkatkan perekonomian negara. Industri kreatif merupakan sebuah kegiatan ekonomi yang terkait dengan menciptakan atau penggunaan pengetahuan. Industri kreatif memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Sebagian orang berpendapat bahwa industri kreatif bergantung pada sumber daya manusianya, hal tersebut dikarenakan sumber daya utama industri kreatif adalah pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Melihat potensi desa dan respon/antusiasme masyarakat yang sangat tinggi di Desa Sumber Pinang, maka pihak Perguruan Tinggi dari STKIP PGRI Situbondo merasa sangat perlu memberikan dukungan/bantuan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Desa Sumber Pinang melalui produksi keripik talas dengan varian rasa demi kesinambungan usaha tersebut serta untuk peningkatan taraf hidup masyarakat. Pengembangan ekonomi kreatif melalui usaha keripik talas dengan varian rasa di Desa Sumber Pinang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan memaksimalkan pemanfaatan potensi sumber daya alam yang tersedia di desa tersebut. Sistem pemerintahan Desa Sumber Pinang harus ikut berperan serta secara aktif dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat setempat. Kegiatan diawali dengan sosialisasi/penyuluhan dan pelatihan pengolahan talas dari kolaborasi Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Teknologi Informasi STKIP PGRI Situbondo. Selanjutnya dibentuk kelompok ekonomi kreatif dan Tim Pengabdian mendampingi dan bersama-sama dengan kelompok tersebut memulai proses pengolahan produk, pengemasan, sampai pada proses pemasaran (*marketing*).

“Keripik Talas” merupakan jenis makanan renyah yang terbuat dari bahan baku talas. Keripik talas sebagai salah satu jenis varian bahan makanan talas selain direbus atau dikukus. Talas yang masih mentah diiris tipis dan dicuci sampai bersih (getahnya hilang) lalu digoreng sampai renyah. Selanjutnya talas yang sudah digoreng menjadi keripik lalu diletakkan pada 3 wadah/toples yang berbeda dan masing-masing toples ditaburi garam/penyedap, bubuk balado serta bubuk jagung manis, lalu toples dikocok sampai bumbu merata atau mengenai seluruh keripik talas dan keripik talas siap untuk dikemas dalam plastik SNI. Bubuk balado dan jagung manis ini sangat populer di kalangan masyarakat dan seringkali digunakan sebagai bumbu tambahan makanan ringan/camilan karena rasanya yang gurih, manis, pedas, dan enak serta dapat merangsang selera makan.

Kesuksesan yang dicapai suatu usaha atau bisnis bisa dilihat dari pangsa pasar yang dimiliki. Semakin luas area cakupan pemasaran produk, kesempatan untuk mendapatkan keuntungan semakin besar dan permintaan produk juga akan terus mengalir. Jika hal ini bisa tercapai, maka suatu usaha atau bisnis dapat bertahan dalam persaingan dan keberlangsungan usaha juga terjamin. Namun, belum banyak pengelola usaha yang dapat memperluas dan mencapai pangsa pasar yang baru. Keterbatasan kemampuan dan modal

yang dimiliki, serta SDM menjadi salah satu kendala yang dihadapi. Masalah dalam pemasaran sebenarnya bisa diatasi dengan pemanfaatan media *online* yang ada dan saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, misalnya media jejaring sosial, seperti *whatsapp*, *facebook*, Instagram, dan *twitter* serta toko online seperti shopee dan tokopedia. Kemudahan dalam mengakses media jejaring sosial menjadi peluang bagi pengelola usaha untuk memanfaatkannya sebagai media pemasaran baru.

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Konsep ini biasanya akan didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi pengejawantahannya. Seiring berjalannya waktu, perkembangan ekonomi sampai pada taraf ekonomi kreatif setelah beberapa waktu sebelumnya, dunia dihadapi dengan konsep ekonomi informasi yang mana informasi menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi (Ratnawati, 2018). Ada beberapa hal yang menjadi karakteristik dari ekonomi kreatif, diantaranya : (1) Diperlukan kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan (kaum intelektual), dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar; (2) Berbasis pada ide atau gagasan; (3) Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha; dan (4) Konsep yang dibangun bersifat relatif.

Menurut Nana Supriatna dkk, usaha ialah aktivitas atau pun kegiatan ekonomi yang dilaksanakan oleh manusia dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Ibrahim, 2021). Industri yaitu suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mengolah suatu bahan menjadi sesuatu yang mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi. Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Fitriana dkk, 2021).

Talas (*Colocasia esculenta* (L.) Schott) merupakan salah satu umbi – umbian yang banyak ditanam di Indonesia. Talas termasuk divisi *Spermatophyta*, subdivisi *Monocotyledoneae*, ordo *Aracales*, family *Araceae*, genus *Colocasia*, dan spesies *Colocasia esculenta* (L.) Schott. Talas merupakan tumbuhan asli daerah tropis yang bersifat perennial herbaceous, yaitu tanaman yang dapat tumbuh bertahun-tahun dan banyak mengandung air. Habitat tanaman ini diperkirakan berasal dari daerah tropis. Umbi dari tanaman talas (*Colocasia esculenta*) seperti halnya umbi-umbian lainnya, merupakan sumber pangan pokok. Talas sudah lama dibudidayakan dan digunakan sebagai sumber pangan di Indonesia (Syamsir, 2012).



Gambar 1. Umbi Talas



METODE

Metode yang dilaksanakan pada kegiatan ini yaitu melalui pemberdayaan masyarakat/pengembangan SDM melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Pendekatan yang digunakan, melalui : (1) transfer teknologi tepat guna, (2) pengembangan wawasan kewirausahaan, (3) pengembangan manajemen usaha. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan observasi dan sosialisasi program untuk melaksanakan pendampingan dan kerjasama dengan mitra usaha dalam pengembangan usaha kecil mikro (UKM). Kegiatan yang dilaksanakan meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan pengarahan teknik pengemasan produk dan pemasaran (*marketing*) secara *offline* maupun *online*.

Langkah-langkah kegiatan yang dilaksanakan, meliputi persiapan, pelaksanaan, dan penutup. Pada tahap awal persiapan dilakukan survei lokasi, permohonan ijin kegiatan kepada Kepala Desa, pengurusan administrasi (surat-menyurat), dan persiapan tempat, alat dan bahan, serta akomodasi. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pembukaan dan pengenalan dengan peserta (sasaran), presentasi atau penyampaian materi yang dilanjutkan dengan diskusi/tanya jawab dengan peserta, pelatihan (praktik langsung) dan pendampingan proses pembuatan keripik talas dengan varian rasa (original, balado, dan jagung manis) lalu bersama-sama melakukan pengemasan produk sesuai SNI serta memberikan latihan teknik pemasaran (*marketing*) secara *offline* maupun *online*. Tahap akhir yaitu penutupan yang diakhiri dengan sesi foto bersama dan berpamitan kepada Kepala serta Perangkat Desa. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan, Tim Pengabdian menyusun laporan kegiatan.

HASIL

Pengembangan ekonomi kreatif melalui usaha keripik talas dengan varian rasa yang dilaksanakan di Desa Sumber Pinang berjalan dengan baik dan lancar. Hal ini terlihat selama pelaksanaan kegiatan diwarnai dengan diskusi yang cukup menarik antara masyarakat dengan narasumber. Dengan cara persuasif, Tim Pengabdian memaparkan materi sekaligus diskusi dan tanya jawab, sehingga tercipta dialog dua arah antara narasumber dan peserta (masyarakat). Seluruh rangkaian kegiatan dari awal sampai selesai berlangsung antusias, seru, dan komunikatif. Para peserta sangat antusias dan mengharapkan adanya kegiatan yang berkelanjutan, sehingga semakin meningkatkan pemahaman masyarakat desa tentang pengelolaan wirausaha yang baik dan berhasil. Setelah kegiatan selesai, Tim Pengabdian diminta oleh pihak desa untuk melaksanakan kembali kegiatan serupa pada waktu mendatang namun dengan variasi produk yang berbeda.

Sebelum melaksanakan kegiatan, Tim Pengabdian STKIP PGRI Situbondo memperkenalkan diri terlebih dahulu, lalu mencoba menggali pengetahuan dasar masyarakat mengenai pengembangan ekonomi kreatif. Narasumber mengajukan beberapa pertanyaan mengenai pengertian ekonomi kreatif, usaha, industri, dan industri kreatif. Setelah itu, narasumber mulai menyampaikan materi tentang pengembangan wawasan kewirausahaan, pengembangan manajemen usaha, penanganan dan pengolahan bahan baku (talas), pengemasan produk, dan akses pemasaran (*marketing*) usaha secara *offline* maupun *online*. Selama kegiatan berlangsung, peserta terlihat sangat antusias dan memperhatikan dengan baik kegiatan sampai selesai.

Berdasarkan wawancara, tanya jawab, dan pengamatan langsung selama kegiatan

berlangsung, hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlihat dari meningkatnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai pengembangan ekonomi kreatif, pengembangan wawasan kewirausahaan, pengembangan manajemen usaha, penanganan dan pengolahan bahan baku (talas), sistem manajemen usaha serta teknik pemasaran (*marketing*) usaha secara *offline* maupun *online*. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah talas menjadi keripik talas dengan varian rasa (original, balado, dan jagung manis), melakukan pengemasan produk yang SNI, dan memasarkan produk secara langsung (*offline*) maupun dengan bantuan media sosial/internet (*online*), seperti *whatsapp*, *facebook*, *twitter*, *instagram*, *tokopedia*, *shopee*, dan lain sebagainya.

Berdasarkan evaluasi dan monitoring yang dilakukan, maka Tim Pengabdian kepada Masyarakat memberikan rekomendasi hendaknya dilakukan kegiatan serupa secara kontinu untuk meningkatkan pengembangan ekonomi kreatif khususnya di desa yang taraf perekonomiannya masih rendah dan diadakan kerjasama dengan instansi terkait, seperti Dinas Koperasi yang memberikan pelatihan ekonomi kreatif dan Bank sebagai pemberi pinjaman modal. Selanjutnya dari sebagian hasil keuntungan yang diperoleh dapat dibeli mesin pengiris otomatis agar proses pembuatan keripik talas dengan varian rasa lebih efektif dan efisien dari segi waktu, tenaga, dan kapasitas produksi meningkat dengan penggunaan alat pengiris otomatis tersebut. Teknik pengemasan keripik talas dengan varian rasa menggunakan plastik tebal dan diseler serta dikemas dengan berat 250 gram dapat menghasilkan produk dengan masa simpan yang lebih lama dan kualitas mutu yang baik, sehingga diharapkan produk lebih menarik minat pembeli dan memberikan keuntungan yang sesuai dengan harapan. Dengan kemasan yang memenuhi syarat (SNI), produk dapat dipasarkan ke swalayan/supermarket, sehingga kuantitas produksi meningkat dan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak (mengurangi pengangguran).





Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

KESIMPULAN

Pengenalan dan produksi keripik talas dengan varian rasa dapat menambah keterampilan dan pengetahuan masyarakat, menciptakan variasi dan cita rasa makanan baru bagi masyarakat (konsumen) serta mendorong masyarakat dibidang perdagangan produk hasil olahan, sehingga akan menambah pendapatan keluarga khususnya dan masyarakat desa pada umumnya.



DAFTAR REFERENSI

- [1] Fitriana, A.N., Noor, I., dan Hayat, A. (2014). Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(2), 281-286.
- [2] Ibrahim, A. 2021. [Pengertian Usaha Dalam Berbagai Bidang](https://pengertiandefinisi.com/pengertian-usaha-dalam-berbagai-bidang/). <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-usaha-dalam-berbagai-bidang/>. 31 Agustus 2021.
- [3] Ratnawati, S. (2018). Ekonomi Kreatif dan Kaizen. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 1(2), 57-65.
- [4] Syamsir. E. 2012. *Talas, Andalan Bogor*. Tulisan asli dalam Kulinologi Indonesia, (Online). [http://ilmupangan.blogspot.com/2012/6/talas-andalanbogor 427 .html](http://ilmupangan.blogspot.com/2012/6/talas-andalanbogor%20427.html). 31 Agustus 2021.
- [5] <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/23595/D.%20BAB%20I.pdf?sequence=4&isAllowed=y>. Diakses pada 31 Agustus 2021.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN